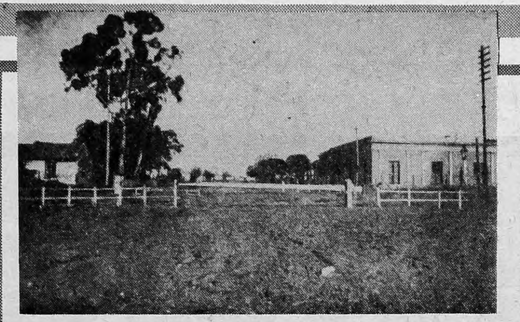


Ubicado en el centro geográfico de la ciudad —en el corazón, se jactan los vecinos— Caballito es un barrio con vida propia, nada centro-dependiente. Tiene comercios, núcleos de esparcimiento, lugares para vida de barrio, un club que lo representa, el Parque Rivadavia y, sobre todo, una historia.

C·A·B·A·L·L·I·T·O

El corazón de la ciudad



Los orígenes de Caballito

La coquetería de un comerciante genovés dio nombre al barrio. En 1804 don Nicola Vila instaló, donde hoy se cruzan la avenida Rivadavia y la calle Emilio Mitre, una pulpería que de lejos se identificaba por su veleta de latón con forma de caballito. Al llegar a esa altura, el entonces no pavimentado ni adoquinado siquiera Camino de Flores daba ingreso a un paisaje de lujosas casas-quinta, palacetes de cuidadas arboledas y jardines, chalets y residencias con frentes de rejas y portones en hierro labrado.

Las residencias más importantes del siglo pasado, desde luego, tenían sus frentes sobre el Camino de Flores. Los apellidos de sus propietarios eran previsiblemente ilustres: Peralta, Güiraldes, Devoto, Peña y Lezica; este último fue el dueño de un caserón con arboleda no menos significativa, que tras sucesivas transformaciones devino Parque Rivadavia, oficialmente inaugurado en 1928. Pero además de los apellidos, el barrio tuvo otros motivos de fama, como el Palacio de Videla Dorna —que en 1904, cuando albergaba la Escuela Naval, circuló bajo la forma de tarjeta postal por las principales capitales europeas— y la fallida primera conversación telefónica, protagonizada entre el presidente Julio A. Roca —con domicilio en Rivadavia al 4900— y su ministro del Interior, Bernardo de Irigoyen.

El barrio, limitado en la actualidad por las avenidas La Plata, Rivadavia, Río de Janeiro, Angel Gallardo, San Martín, Donato Alvarez, Curapaligüe y Directorio, comenzó a poblarse de inmigrantes —muchos de ellos relacionados con las obras del ferrocarril— a principios de siglo, y cerca del Centenario cambió alfalfares, huertas, montecillos de árboles frutales, palacetes y quintas por casas mucho menos imponentes. La urbanización del barrio que se jacta de ser el centro geográfico de la ciudad de Buenos Aires no se detuvo desde entonces, pero conoció algunas demoras: Caballito tuvo que esperar mucho más que Almagro para tener calles adoquinadas y durante bastante tiempo estuvo unido con el centro de la ciudad por un único tranvía, llamado "linyera" por su pobre aspecto.

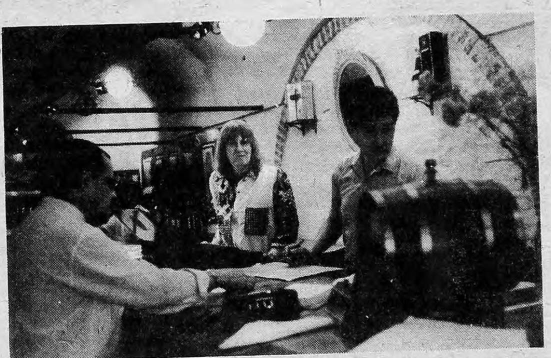
CLUB FERRO CARRIL OESTE,

De las vías

Primero fue la veleta con forma de caballito que identificaba a una pulpería Luego fue el ferrocarril. Luego la inmigración, el club, las marcas del progreso. Hoy Caballito es un barrio con identidad propia del que sus vecinos no tienen que salir para pasarla bien, porque lo tiene todo.

Primero fue el ferrocarril. Los ingleses construyeron la estación y las vías que se perdían en el oeste. Después afincaron su gente, hicieron sus casas y buscaron un terreno donde sus hijos pudieran practicar deportes. A dos cuadras de la estación encontraron lo que buscaban. El 25 de julio de 1904 fundaban el Club Ferro Carril Oeste. A dos cuadras de la estación, hoy todavía se erige el edificio imponente que es sede de la institución. "Al principio el club era solamente para los hijos de los ingleses, más tarde se abrió a los hijos de argentinos que trabajaban en el ferrocarril, por último, cuando fue cedido a una comisión, el club fue de todos aquellos que querían asociarse", cuenta el profesor Carlos Picarelli, director del Departamento de Educación Física.

Pero como tantos otros booms, Ferro tuvo que esperar hasta la década del sesenta para expandirse como club. "Ferro fue la respuesta a una demanda de satisfacción deportiva que había en la zona de Caballito. Este barrio ya estaba densamente poblado a mediados de los sesenta y la gente no tenía espacios para realizar deportes. En el '66 empie-



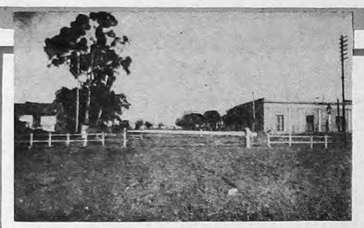


Locales como Pizza-Pizza o El barril de Caballito hacen honor a la tradición gastronómica —pizza y pasta— llegada de Italia.

BAILA

La consigna es bailar y pasarla bien. El lugar, como no podía ser de otra manera, se presta para que esto suceda. Un muy buen sonido, buenas luces, gente dispuesta a conocer gente nueva. La puesta en escena bien puede corresponder a cualquier disco de Buenos Aires, sólo que en este caso la música no es tecno industrial o pop. En este caso la música viene del Caribe, pura salsa. "Esto empezó hace un año. El Club abrió con un préstamo de la Subsecretaria de la Juventud. Es un microemprendimiento", señala Beto, uno de los dueños, y agrega que "lo buscado es un poco el club de antes, ése donde iban personas de veinte años y de cincuenta. Donde no había exclusiones de ningún tipo".

El Club hace honor a la escenografía de los viejos bailes de club: mesas donde grupos de chicas esperan ser llevadas a la danza o, quien sabe, al altar; un escenario con grupos que presenta sus temas —Bajo Sospecha se llama el conjunto de esta noche—; una barra larga que vende todo el alcohol posible para contrarrestar el calor o para dar ánimos de sábado por la noche. "Acá la gente viene a conocerse; lo bueno es la onda. Como nosotros no hacemos diferencias en la puerta, a El Club vienen rockers que no tienen que romper cosas para demostrar que están mal o qué están bien. Por supuesto que también concurre gente que gusta de la salsa y quiere solamente bailar. O grupos a los que les hablaron del lugar y les dijeron que era divertido", clasifica Beto. El ambiente es, en verdad, diverso. No hay uniformes de cuero con marcas ad hoc, o chicas con walkman bailando sobre imponentes bafles. El Club pare-



Los orígenes de Caballito

La coquetería de un comerciante genovés dio nombre al barrio. En 1804 don Nicola Vila instaló, donde hoy se cruzan la avenida Rivadavia y la calle Emilio Mitre, una pulpería que de lejos se identificaba por su veleta de latón con forma de caballito. Al llegar a esa altura, el entonces no pavimentado ni adoquinado siquiera Camino de Flores daba ingreso a un paisaje de lujosas casas-quinta, palacetes de cuidadas arboledas y jardines, chalets y residencias con frentes de rejas y portones en hierro labrado.

Las residencias más importantes del siglo pasado, desde luego, tenían sus frentes sobre el Camino de Flores. Los apellidos de sus propietarios eran previsiblemente ilustres: Peralta, Güiraldes, Devoto, Peña y Lezica; este último fue el dueño de un caserón con arboleda no menos significativa, que tras sucesivas transformaciones devino Parque Rivadavia, oficialmente inaugurado en 1928. Pero además de los apellidos, el barrio tuvo otros motivos de fama, como el Palacio de Videla Dorna —que en 1904, cuando albergaba la Escuela Naval, circuló bajo la forma de tarjeta postal por las principales capitales europeas— y la fallida primera conversación telefónica, protagonizada entre el presidente Julio A. Roca —con domicilio en Rivadavia al 4900— y su ministro del Interior, Bernardo de Irigoyen.

El barrio, limitado en la actualidad por las avenidas La Plata, Rivadavia, Rio de Janeiro, Angel Gallardo, San Martín, Donato Alvarez, Curapaligüe y Directorio, comenzó a poblarse de inmigrantes —muchos de ellos relacionados con las obras del ferrocarril— a principios de siglo, y cerca del Centenario cambió alfalfares, huertas, montecillos de árboles frutales, palacetes y quintas por casas mucho menos imponentes. La urbanización del barrio que se jacta de ser el centro geográfico de la ciudad de Buenos Aires no se detuvo desde entonces, pero conoció algunas demoras: Caballito tuvo que esperar mucho más que Almagro para tener calles adoquinadas y durante bastante tiempo estuvo unido con el centro de la ciudad por un único tranvía, llamado "linyera" por su pobre aspecto.

CLUB FERRO CARRIL OESTE, 88 AÑOS EN CABALLITO

De las vías al deporte

Primero fue la veleta con forma de caballito que identificaba a una pulpería. Luego fue el ferrocarril. Luego la inmigración, el club, las marcas del progreso. Hoy Caballito es un barrio con identidad propia del que sus vecinos no tienen que salir para pasarla bien, porque lo tiene todo.

Primero fue el ferrocarril. Los ingleses construyeron la estación y las vías que se perdían en el oeste. Después afincaron su gente, hicieron sus casas y buscaron un terreno donde sus hijos pudieran practicar deportes. A dos cuadras de la estación encontraron lo que buscaban. El 25 de julio de 1904 fundaban el Club Ferro Carril Oeste. A dos cuadras de la estación, hoy todavía se erige el edificio imponente que es sede de la institución. "Al principio el club era solamente para los hijos de los ingleses, más tarde se abrió a los hijos de argentinos que trabajaban en el ferrocarril, por último, cuando fue cedido a una comisión, el club fue de todos aquellos que querían asociarse", cuenta el profesor Carlos Picarelli, director del Departamento de Educación Física.

Pero como tantos otros booms, Ferro tuvo que esperar hasta la década del sesenta para expandirse como club. "Ferro fue la respuesta a una demanda de satisfacción deportiva que había en la zona de Caballito. Este barrio ya estaba densamente poblado a mediados de los sesenta y la gente no tenía espacios para realizar deportes. En el '66 empieza el boom de las actividades deportivas para chicos, entonces la gente de Caballito necesitaba un lugar donde mandar a sus hijos. Ferro comienza con la colonia y creó así una relación con el barrio muy fuerte", rememora Picarelli.

La relación con el barrio es más que fuerte: Ferro está metido en medio de una de las zonas con más habitantes de la Capital. De algún modo, es como tener el club en el comedor de la casa. "Hay clubes a los que uno tiene que ir, tiene que desplazarse para llegar. Ferro está en medio de la ciudad. Eso hace que los chicos puedan venir solos, sin problemas de transporte. Y los que dan mayor vida a un club, los que más lo aprovechan, son los chicos."

El deporte y el hombre

Más allá del fútbol, Ferro cuenta con una importante cantidad de actividades deportivas que movilizan a sus socios. Desde quienes van a bajar unos kilos en el paddle hasta los federados en distintas disciplinas, el club mantiene un nivel de competencia admirable. "Esencialmente es un club de fútbol. Es cierto que no despierta la pasión de Boca o River, pero tiene una hinchada numerosa. En otros deportes somos tal vez los más importantes: en básquet o vóleibol, por ejemplo, Ferro es en cuanto a hinchada el Boca del fútbol", sostiene Picarelli.

Ferro está federado y compite en numerosas disciplinas: atletismo, básquet, béisbol, bochas, ajedrez, gimnasia artística, handbol, yudo, natación, pelota paleta, tenis de mesa, vóleibol. "Hoy ha caído un poco el caudal de socios. Eso hace que los presupuestos para las distintas actividades se vean reducidos. Ya no es lo mismo que a comienzos de los ochenta. Sin embargo, se continúa fomentando cada una de ellas en la medida de nuestras posibilidades." La deserción de socios, común a todos los clubes en los últimos diez años, dejó a Ferro sin veinte mil cuotas a cobrar cada mes. "Sucede que en estos momentos el dinero que antes era un excedente e iba a dar al club tiene hoy otras prioridades. Antes, el socio que no usaba las instalaciones igual pagaba la cuota porque era un gasto más y normal dentro del mes. Hoy el que no usa algo del club deja de pagar, se borra."



Antes era sólo para hijos de ingleses. Desde hace 88 años, Ferro Carril Oeste es el club del barrio.

Lo importante es competir

Como tantos otros clubes, Ferro encuentra en los gimnasios y canchas de paddle de la zona una competencia difícil. Por eso para sus directivos lo importante es trabajar con los más chicos. "No podemos competir por los socios mayores. Un gimnasio es a veces más barato que el club y brinda comodidades extras. Pero esos lugares no están hechos para los chicos, por eso el club sigue vigente en las familias. Los que empiezan a venir a los cinco años y crecen practicando un deporte, formando un grupo de amigos, difícilmente dejen de frecuentar el club cuando crezcan. El cariño es muy grande", señalan.

Ferro tiene una gama importante de actividades que pueden resultar extrañas en un club de fútbol. Cursos de computación, biblioteca, taller de orientación vocacional, campamentos en Bariloche en el verano son algunas de las alternativas para seguir atrayendo socios. Y el barrio, por supuesto, ayuda: a las cinco de la tarde la salida de chicos es muy similar a la de un colegio. "Acá encuentran cosas que los colegios, por mejor equipamiento que posean, no pueden ofrecer."

Locales como Pizza-Pizza o El barril de Caballito hacen honor a la tradición gastronómica —pizza y pasta— llegada de Italia.

SALSODROMO DEL BARRIO: "EL CLUB"

BAILANDO SE CONOCE GENTE

La consigna es bailar y pasarla bien. El lugar, como no podía ser de otra manera, se presta para que esto suceda. Un muy buen sonido, buenas luces, gente dispuesta a conocer gente nueva. La puesta en escena bien puede corresponder a cualquier disco de Buenos Aires, sólo que en este caso la música no es tecno industrial o pop. En este caso la música viene del Caribe, pura salsa. "Esto empezó hace un año. El Club abrió con un préstamo de la Subsecretaría de la Juventud. Es un microemprendimiento", señala Beto, uno de los dueños, y agrega que "lo buscado es un poco el club de antes, ése donde iban personas de veinte años y de cincuenta. Donde no había exclusiones de ningún tipo".

El Club hace honor a la escenografía de los viejos bailes de club: mesas donde grupos de chicas esperan ser llevadas a la danza o, quien sabe, al altar; un escenario con grupos que presenta sus temas —Bajo Sospecha se llama el conjunto de esta noche—; una barra larga que vende todo el alcohol posible para contrarrestar el calor o para dar ánimos de sábado por la noche. "Acá la gente viene a conocerse; lo bueno es la onda. Como nosotros no hacemos diferencias en la puerta, a El Club vienen rockers que no tienen que romper cosas para demostrar que están mal o qué están bien. Por supuesto que también concurre gente que gusta de la salsa y quiere solamente bailar. O grupos a los que les hablaron del lugar y les dijeron que era divertido", clasifica Beto. El ambiente es, en verdad, diverso. No hay uniformes de cuero con marcas ad hoc, o chicas con walkman bailando sobre imponentes bafles. El Club parece no creer en estereotipos y los habitués se muestran agradecidos.

"Empecé a venir porque una amiga venía siempre. Lo bueno es que la gente no está en pose y vos podés hacer la tuya. Si querés bailar lo hacés, si además el tipo te gusta, mucho mejor, si no te gusta nadie hace escándalos", dice Ana que es una fiel asistente desde hace dos meses. "Acá todo está bien, las minas no te miran como si fueras un extraterrestre y nadie te jode", indica Germán con dos fines de semana de El Club en su haber.

Se sabe, cuando suena salsa el baile es rey y señor. "Todo levante tiene que ver con bailar. Eso es lo principal. No hace falta que seas el mejor salsero, pero sí que te guste moverte", aclaran Gustavo y Ricardo mientras relojean a dos chicas que se acercan a la barra. El Club como el París de antaño, es una fiesta.

"Lo bueno es haber logrado en un año un espacio. Y mejor es porque lo hicimos a pulmón, poniendo el cuerpo", dice Beto. "Con mis dos socios, Claudio y Fernando, fuimos armando todo esto sin tratar de pisar a nadie. Acá no se explota a los músicos ni se especula con la gente que puedan traer para un show. Por eso estamos satisfechos. Hoy las cosas marchan y la gente viene. Qué más." Que siga el baile.

El baile sin discriminación del club de barrio vuelve a vivir.

Por Martín Glade

GOLDEN SHOPPING

Espacios de consumo y cultura

Si bien el país conoció recién en 1985 un fenómeno que en el mundo tenía ya larga vida, los shoppings se agregaron a la actividad urbana hasta sumar unos veinte en Buenos Aires. El del barrio de Caballito, el Golden Shopping, decidió identificarse mezclando comercio y cultura.

Si bien el primero que dejaba vislumbrar en la Argentina las características de un fenómeno mundial —y sobre todo norteamericano— fue creado a mediados del '85, los shoppings alcanzaron su verdadero furor en el último lustro, con la creación de unos veinte, repartidos por toda la Capital y buena parte del Gran Buenos Aires. Dueños de millones de luces y reflejos, ángulos rectos y plantas artificiales, los mega centros comerciales comenzaron a desplazar de las preferencias de la gente a los clásicos comercios de barrio. Es así como haciendo historia, y volviendo atrás en el tiempo, la cadena llega al mercado como centro de intercambio de productos y de vida social, hasta arribar a formas típicas de mediados de este siglo que sustituyen a los locales aislados por las galerías —una emergencia de los 60—, las galerías descubiertas de los 70 y parte de los 80 y la aglutinación en esquinas comerciales estratégicas de complejos que agrupan 14 o 15 locales en lugar del gran y único local tradicional. Los vecinos de Caballito, desde hace un tiempo, no sólo tienen uno a su medida —ya que es más reducido que los super de Palermo— sino que allí canalizan parte de sus necesidades artísticas y culturales. El Golden Shopping de Caballito nació en julio de 1991, y desde el vamos fue concebido como un centro no sólo comercial, en él se desarrolló una fuerte actividad cultural y "no culturosa", como se encarga de decir su administrador, Daniel Olkeniski.

El lugar le escapa al bullicio y a la marea humana que se esparce por las calles comerciales del barrio, y en Acoyte y Rivadavia se cambian las veredas rotas por baldosas graníticas y el ruidó de los escapes por la música light funcional. Debajo de una alta cúpula vidriada se extienden cincuenta y dos locales y ocho stands. "En el Golden los vecinos pueden encontrar desde una flor holandesa a una simple tarjeta de salutación. Desde una bijouterie a relojes de las mejores marcas pasando por toda la gama de vestimenta hasta la venta de automotores", comentá Olkeniski.

Pasando de lo comercial a lo cultural, muestra orgulloso que el 35 por ciento de los dos mil metros de superficie total del shopping está destinado para las actividades culturales, discriminadas en tres salas de arte por las que en los casi diecisiete meses que lleva de vida pasaron exponentes de las artes plásticas, música, teatro, desfiles de modas, presentaciones de libros, charlas y recitales de rock, y a partir del año próximo comenzará a funcionar el coro del lugar. "A diferencia de otros shoppings, la actividad cultural no surgió como aditamento de lo comercial sino conjuntamente, dándole cabida y considerando los valores autóctonos en un mensaje distinto", explicó el administrador. La modalidad que implementó en el negocio es "espacios", como le gusta llamarla. "Le decimos 'espacios' porque se les da la posibilidad, por ejemplo, a escultores para mostrar su arte. Gracias a esto la gente dice 'algo pasa en el shopping' y la dirección ha creído oportuno el desarrollo cultural con artistas consagrados y dándole también la posibilidad a nuevos creadores de diferentes campos." Para corroborar esto, un mural realizado en yeso por la extravagante Marta Minujin, donde caras y cuerpos romanos segmentados forman *Semillas de un combate visual*, es dueño de la decoración de una de las dos confiterías del lugar.

La superficie destinada a la cultura está discriminada en un auditorio para ciento veinte personas, la galería del lugar en la que descansan obras de artistas locales, y el salón "Open", con capacidad para ciento cuarenta personas. "Es importante el nombre de 'Open', porque generalmente se llama así a los lugares que están abiertos las veinticuatro horas. Este en cambio es 'Open' porque está abierto a todas las expresiones de la cultura de nuestro pueblo", comentó Olkeniski.

El fenómeno de los shoppings se inició en Estados Unidos en 1956, en los años de posguerra y como respuesta a la creciente población de las grandes ciudades, la imaginación empresaria estadounidense creó una nueva forma de comercialización que con los años se convertiría en una de las actividades más importantes del mundo y a la vez en un método eficaz para descongestionar los grandes centros urbanos. En Canadá la dureza del clima hizo que esta actividad crezca al punto de ser, si no la única herramienta de venta, al menos de la mayor aceptación. El aumento de la inseguridad en las calles brasileñas trasladó al comercio hacia la periferia de las grandes ciudades como San Pablo y Río de Janeiro y hoy los negocios de algunas de las principales calles virtualmente desaparecieron con la instalación de los shoppings suburbanos. En la Argentina, en cambio, el origen fue más genuino y la actividad nace con el concepto más puro de lo que es el shopping en el mundo. Y la magnitud del negocio creció de tal manera que sólo en Estados Unidos directa o indirectamente dan trabajo a unos treinta y cinco millones de personas, poco más del total de los habitantes de este país.



En el bar se puede hacer un alto después de las compras y antes de los diversos eventos culturales del Golden.

En la Argentina los construidos ya suman casi dos decenas, y se prevé que en el año próximo se inauguren otros diecisiete más que ya están en proceso de construcción, diversificándose aún más la oferta. Según el parámetro que marca la Cámara Argentina de Shoppings Centers, se pueden desarrollar shoppings regionales cada quinientos mil habitantes, lo que lleva a la conclusión de que en la Argentina podrían construirse entre cincuenta y sesenta. Si bien todavía hay cupo para llegar a este límite estimado, en el año '65 la asociación que agrupó a los shoppings en Estados Unidos dictaminó que ya no había mercado más que para los quinientos existentes. Hoy hay treinta y seis mil, aunque muchos se especializaron en un cierto tipo de ofertas.

El shopping de Caballito, que se maneja con un perfil de clientes compuesto por mujeres y niños, "cuenta con las características de los shoppings europeos a contraposición de los mega, actualmente en desarrollo en la Argentina. Este hecho más a nivel humano, realizado con una verdadera concepción moderna de la construcción arquitectónica. En el Golden la falta de tamaño queda suplantada por las actividades culturales y por la participación por medio de la propuesta de ideas de los vecinos. Nos encanta escuchar de los vecinos la expresión 'el shopping de Caballito es nuestro shopping'", dice Olkeniski antes de levantarse de la confitería del primer piso para concurrir a una presentación más de un libro de un escritor de la zona.

88 AÑOS EN CABALLITO

al deporte

za el boom de las actividades deportivas para chicos, entonces la gente de Caballito necesitaba un lugar donde mandar a sus hijos. Ferro comienza con la colonia y creó así una relación con el barrio muy fuerte", rememora Picarelli.

La relación con el barrio es más que fuerte: Ferro está metido en medio de una de las zonas con más habitantes de la Capital. De algún modo, es como tener el club en el comedor de la casa. "Hay clubes a los que uno tiene que ir, tiene que desplazarse para llegar. Ferro está en medio de la ciudad. Eso hace que los chicos puedan venir solos, sin problemas de transporte. Y los que dan mayor vida a un club, los que más lo aprovechan, son los chicos."

El deporte y el hombre

Más allá del fútbol, Ferro cuenta con una importante cantidad de actividades deportivas que movilizan a sus socios. Desde quienes van a bajar unos kilos en el paddle hasta los federados en distintas disciplinas, el club mantiene un nivel de competencia admirable. "Esencialmente es un club de fútbol. Es cierto que no despierta la pasión de Boca o River, pero tiene una hinchada numerosa. En otros deportes somos tal vez los más importantes: en básquet o vóleibol, por ejemplo, Ferro es en cuanto a hinchada el Boca del fútbol", sostiene Picarelli.

Ferro está federado y compite en numerosas disciplinas: atletismo, básquet, béisbol, bochas, ajedrez, gimnasia artística, handbol, yudo, natación, pelota paleta, tenis de mesa, vóleibol. "Hoy ha caído un poco el caudal de socios. Eso hace que los presupuestos para las distintas actividades se vean reducidos. Ya no es lo mismo que a comienzos de los ochenta. Sin embargo, se continúa fomentando cada una de ellas en la medida de nuestras posibilidades."

La deserción de socios, común a todos los clubes en los últimos diez años, dejó a Ferro sin veinte mil cuotas a cobrar cada mes. "Sucede que en estos momentos el dinero que antes era un excedente e iba a dar al club tiene hoy otras prioridades. Antes,el socio que no usaba las instalaciones igual pagaba la cuota porque era un gasto más y normal dentro del mes. Hoy el que no usa algo del club deja de pagar, se borra."



Antes era sólo para hijos de ingleses. Desde hace 88 años, Ferro Carril Oeste es el club del barrio.

Lo importante es competir

Como tantos otros clubes, Ferro encuentra en los gimnasios y canchas de paddle de la zona una competencia difícil. Por eso para sus directivos lo importante es trabajar con los más chicos. "No podemos competir por los socios mayores. Un gimnasio es a veces más barato que el club y brinda comodidades extras. Pero esos lugares no están hechos para los chicos, por eso el club sigue vigente en las familias. Los que empiezan a venir a los cinco años y crecen practicando un deporte, formando un grupo de amigos, difícilmente dejen de frecuentar el club cuando crezcan. El cariño es muy grande", señalan.

Ferro tiene una gama importante de actividades que pueden resultar extrañas en un club de fútbol. Cursos de computación, biblioteca, taller de orientación vocacional, campamentos en Bariloche en el verano son algunas de las alternativas para seguir atrayendo socios. Y el barrio, por supuesto, ayuda: a las cinco de la tarde la salida de chicos es muy similar a la de un colegio. "Acá encuentran cosas que los colegios, por mejor equipamiento que posean, no pueden ofrecer."

SALSODROMO DEL BARRIO: "EL CLUB"

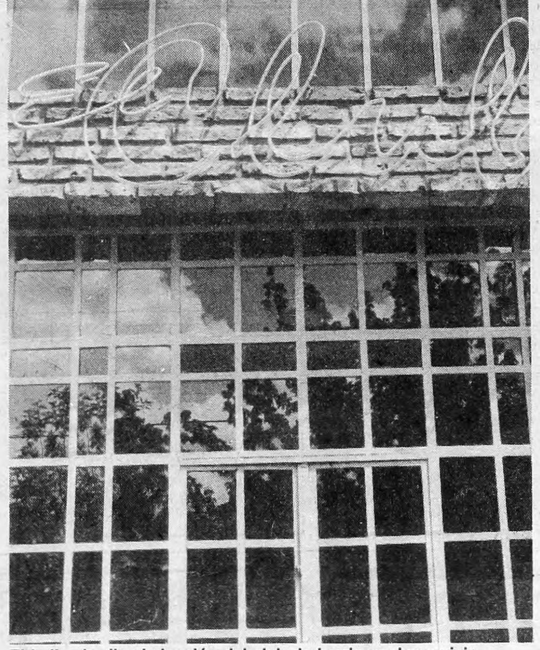
ANDO SE CONOCE GENTE

ce no creer en estereotipos y los habitués se muestran agradecidos.

"Empecé a venir porque una amiga venía siempre. Lo bueno es que la gente no está en pose y vos podés hacer la tuya. Si querés bailar lo hacés, si además el tipo te gusta, mucho mejor, si no te gusta nadie hace escándalos", dice Ana que es una fiel asistente desde hace dos meses. "Acá todo está bien, las minas no te miran como si fueras un extraterrestre y nadie te jode", indica Germán con dos fines de semana de El Club en su haber.

Se sabe, cuando suena salsa el baile es rey y señor. "Todo levante tiene que ver con bailar. Eso es lo principal. No hace falta que seas el mejor salsero, pero sí que te guste moverte", aclaran Gustavo y Ricardo mientras relojean a dos chicas que se acercan a la barra. El Club como el París de antaño, es una fiesta.

"Lo bueno es haber logrado en un año un espacio. Y mejor es porque lo hicimos a pulmón, poniendo el cuerpo", dice Beto. "Con mis dos socios, Claudio y Fernando, fuimos armando todo esto sin tratar de pisar a nadie. Acá no se explota a los músicos ni se especula con la gente que puedan traer para un show. Por eso estamos satisfechos. Hoy las cosas marchan y la gente viene. Qué más." Que siga el baile.



El baile sin discriminación del club de barrio vuelve a vivir.